



University of Pennsylvania
ScholarlyCommons

Departmental Papers (ASC)

Annenberg School for Communication


2012

Les médias en Arabie saoudite : Luites politiques et controverses sociales, de *Star Academy* au Printemps arabe

Marwan M. Kraidy

University of Pennsylvania, kraidy@asc.upenn.edu

Follow this and additional works at: https://repository.upenn.edu/asc_papers

 Part of the [Communication Commons](#), [Film and Media Studies Commons](#), [Islamic Studies Commons](#), and the [Television Commons](#)

Recommended Citation

Kraidy, M. M. (2012). Les médias en Arabie saoudite : Luites politiques et controverses sociales, de *Star Academy* au Printemps arabe. *Anthropologie et Sociétés*, 36 (1-2), 181-200. <https://doi.org/10.7202/1011723ar>

This article is written entirely in French.

This paper is posted at ScholarlyCommons. https://repository.upenn.edu/asc_papers/514

For more information, please contact repository@pobox.upenn.edu.

Les médias en Arabie saoudite : Luites politiques et controverses sociales, de *Star Academy* au Printemps arabe

Abstract

Nulle part dans le monde arabe les inquiétudes au sujet du changement social et culturel n'ont été aussi passionnément discutées qu'en Arabie saoudite, où la doctrine salafiste du wahhabisme est au coeur du système, en tant que conception sacro sainte de l'authenticité enracinée dans la pureté culturelle et religieuse et la séparation entre hommes et femmes. L'avènement de la « télé réalité » au milieu des années 2000 a réactivé ces débats dans le royaume. Star Academy, notamment, populaire émission de télé réalité en langue arabe, diffusée par satellite depuis le Liban par la Lebanese Broadcasting Corporation (LBC) depuis décembre 2003, a connu des taux d'audience record et a suscité une intense controverse en Arabie saoudite, vidant les rues des villes et animant les sermons dans les mosquées, les éditoriaux et les débats télévisés. J'ai décrit ailleurs comment cette émission était devenue le champ de bataille entre les radicaux, les conservateurs et les libéraux saoudiens. Cet article décrit les discours, qui se recoupent, des islamistes saoudiens au sujet de la télévision, en mentionnant les diverses rhétoriques de censure et de critique engagée. Il se base pour ce faire sur plusieurs textes primaires, et notamment un sermon qui a connu une grande diffusion, Satan Academy, du cheikh Mohammed Salih Al Mounajid. La manière dont les controverses publiques au sujet de la télé réalité ont cristallisé de nouveaux développements de très anciens débats est donc examinée.

English translation:

Nowhere in the Arab world have anxieties about social and cultural change been as intensely discussed as in Saudi Arabia, where the Salafi doctrine of Wahhabiyya at the heart of the Saudi system as a sacrosanct vision of authenticity grounded in cultural and religious purity and gender separation. The advent of « reality television » in the mid-2000s has activated these debates in the kingdom. Notably Star Academy, a popular Arabic-language reality show broadcast by the Lebanese Broadcasting Corporation (LBC) via satellite from Lebanon since December 2003 achieved record Saudi ratings and provoked an intense controversy in Saudi Arabia, emptying city streets and animating mosque sermons, opinion pages, and talk-shows. Elsewhere I have mapped how the show became the locus of a battle between Saudi radicals, conservatives and liberals. This article traces overlapping Saudi-Islamist discourses about television, including various rhetorics of censorship and critical engagement, drawing on a variety of primary texts, most centrally a widely circulated sermon titled Satan Academy by Shaykh Muhammad Saleh Al Munajjid. I focus on how public controversies about reality television has crystallized new episodes of long-standing debates.

Keywords

Kraidy, Saudi Arabia, modernity, authenticity, Islam, reality TV

Disciplines

Communication | Film and Media Studies | Islamic Studies | Social and Behavioral Sciences | Television

Comments

This article is written entirely in French.

LES MÉDIAS EN ARABIE SAOUDITE

Luttes politiques et controverses sociales, de Star Academy au Printemps arabe

Marwan M. Kraidy



La dernière décennie – depuis les polémiques panarabes au sujet de la télé-réalité, qui se manifestèrent en 2003 lors de la transmission par satellite dans les pays arabes de la version moyen-orientale de *Star Academy*, jusqu'aux soulèvements dans les pays arabes (qui ont commencé en Tunisie à la fin de 2010 et continuent de se dérouler au moment où nous écrivons¹) – a été un moment mémorable pour les médias arabes et l'étude de ces derniers. L'Arabie saoudite, du fait de son énorme influence financière, est un pays de première importance pour ce qui est des médias arabes. Les controverses au sujet de la télé-réalité et d'autres domaines médiatiques ont incité le gouvernement saoudien à prendre davantage d'initiatives pour actualiser son infrastructure médiatique et étendre la portée de celle-ci, afin de pouvoir mener différentes guerres de propagande contre des pays arabes ennemis (on pense à la Syrie) et l'Iran, contre lequel les autorités saoudiennes ont livré une guerre médiatique pendant la majeure partie de la dernière décennie. Les polémiques au sujet de la télé-réalité ont en particulier fait ressurgir différents conflits relatifs à la manière de représenter l'identité nationale et la société saoudiennes, en plus de mettre en évidence la politique étrangère de l'Arabie saoudite, problèmes qui sont devenus le centre de l'attention avec le déclenchement des soulèvements dans les pays arabes et le rôle actif qu'a joué l'Arabie saoudite en prenant la tête de la « contre révolution » contre la « révolution » que représentaient les soulèvements populaires, de la Tunisie jusqu'au Bahreïn, petit pays voisin de l'Arabie saoudite. Les Saoudiens ont livré ces batailles en finançant leurs alliés dans tout le monde arabe, en particulier en Égypte et en Tunisie, et en soutenant financièrement des gouvernements alliés, tels que ceux de la Jordanie et du Maroc, tout en intervenant directement dans des pays comme le Yémen et plus ostensiblement au Bahreïn, où les forces armées saoudiennes ont été déployées pour soutenir la famille régnante Al Khalifa, pro-saoudienne.

1. Cet article reprend et actualise un chapitre du livre de Marwan M. Kraidy (2009a), *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life*, Cambridge, Cambridge University Press. L'auteur cherche aussi à établir quelques connexions préliminaires entre les polémiques au sujet de la télé-réalité et les soulèvements dans les pays arabes, qui ont commencé après la publication de l'ouvrage.

Les controverses au sujet de la télé réalité peuvent être vues rétrospectivement comme une préfiguration des nombreuses angoisses suscitées par les médias et leur potentiel d'incitation au changement social et politique; ce phénomène obsède les dirigeants arabes qui tentent de résister au Printemps arabe depuis la fin de 2010 en élaborant et en diffusant leurs propres versions de la réalité qui divergent souvent fortement – que l'on pense à la Syrie – de la réalité mise de l'avant par ceux qui protestent contre le régime. C'est à ce point qu'il est utile de se rappeler de ce que disait Vattimo de la modernité tardive :

[L]a réalité [...] ne peut se concevoir comme les données qui se trouvent au-dessous ou au-delà des images que nos médias nous retransmettent [...]. [...] la réalité est plutôt le résultat de l'intersection [...] d'une multitude d'images, d'interprétations et de reconstructions que les médias font circuler concurremment les unes aux autres et sans aucune coordination « centrale ».

Vattimo 1992: 7

Cette vision qu'a Vattimo de la réalité sociale, constellation d'images qui se croisent et se heurtent, est pertinente pour les sociétés arabes contemporaines qui, depuis le début des années 1990, ont été bombardées d'une pléthore d'images en provenance de sources mondiales diverses et diffusées par les satellites d'une industrie de la télévision en pleine croissance qui comptait, à la fin de 2009, environ 500 chaînes en langue arabe (Kraidy et Khalil 2009). La scène de la télévision par satellite panarabe, aux mains de propriétaires privés, aux thèmes éclectiques et la plupart du temps dépourvue de régulation, fait écho à l'affirmation de Vattimo quant à l'absence de coordination centrale de la myriade de processus de construction de la réalité. L'avènement des blogues, des réseaux sociaux comme Facebook, des technologies de microblogues tels que Twitter et des plateformes de vidéos en ligne comme YouTube, ainsi que la pénétration croissante d'Internet dans les pays arabes, ont accentué la perte de contrôle des dictateurs sur l'information, et donc sur les représentations, plus particulièrement sur des sujets sensibles tels que la légitimité politique et l'authenticité culturelle.

Nulle part dans le monde arabe les inquiétudes suscitées par le changement social et culturel n'ont été plus intensément discutées qu'en Arabie saoudite, où la doctrine salafiste du wahhabisme est au cœur de la conception sacro-sainte de l'authenticité enracinée dans la pureté culturelle et religieuse et de la séparation entre les hommes et les femmes. L'avènement de la « télé réalité », au milieu des années 2000, a réactivé ces débats dans le royaume. *Star Academy*, en particulier, émission populaire de télé réalité en langue arabe diffusée par satellite depuis le Liban par la Lebanese Broadcasting Corporation (LBC) depuis décembre 2003, a pulvérisé les records d'audience en Arabie saoudite² et y a provoqué

2. Entrevues avec Jihad Fakhredinne, Directeur de recherche au Centre de recherche panarabe, 1^{er} juin 2004, Dubaï, Émirats arabes unis; et Shadi Kandil, Directeur de recherche, IPSOS-STAT, 2 juin 2004, Dubaï, Émirats arabes unis.

une vive controverse, vidant les rues des villes et animant les sermons dans les mosquées, les éditoriaux et les débats télévisés. J'ai montré ailleurs comment cette émission était devenue un champ de bataille entre les radicaux saoudiens, les conservateurs et les libéraux (Kraidy 2009b). Ici, je décris l'imbrication des discours islamistes saoudiens au sujet de la télévision, en y incluant diverses rhétoriques de censure et d'opinions critiques, en me basant sur diverses sources premières, et plus particulièrement sur un sermon qui a connu une grande diffusion, intitulé *Satan Academy*, du cheikh Mohammed Salih Al Mounajjid. Dans cet article, je me concentre sur les controverses publiques au sujet de la télé réalité, qui ont cristallisé de nouveaux développements dans de très anciens débats. La conclusion évoquera, entre autres, les implications de ces controverses sur le Printemps arabe.

Les médias, l'identité nationale et l'authenticité culturelle

L'identité nationale saoudienne est profondément imprégnée de la volonté wahhabite de purifier l'islam saoudien de toute influence «étrangère»³. Les inquiétudes suscitées par l'impact de la technologie dans le champ social, en raison de son aptitude à faire traverser les frontières nationales aux idées et aux images, sont un lieu commun de l'histoire de l'Arabie saoudite qui, à intervalles réguliers, provoque des dissensions depuis que la «modernisation» a été déclarée comme objectif national dans les années 1930⁴. Il y eut une féroce résistance à l'introduction des médias visuels – photographie, télévision et film. La famille royale des Al Saoud, dont la légitimité religieuse repose sur le soutien que lui apporte la famille de dignitaires religieux des Al Cheikh, a lancé un ambitieux programme de modernisation depuis les années 1950. Au début des années 1960, le roi Ibn Saoud avait :

[...] convoqué ses détracteurs et réuni les oulémas [...] et posé quatre questions : la peinture et la sculpture sont de l'idolâtrie, mais la lumière est-elle bonne ou mauvaise ? Les juges soupesèrent la question et répondirent que la lumière était bonne ; Allah avait mis le soleil dans les cieux pour éclairer le chemin de l'homme. Alors, demanda le roi, l'ombre est-elle bonne ou mauvaise ? Il n'y avait rien dans le Coran à ce sujet, mais les juges déduisirent et décrétèrent que l'ombre était bonne, puisqu'elle est inhérente à la lumière, et que même le corps d'un saint homme projette une ombre. Très bien donc, dit le roi, la photographie est bonne, puisqu'elle n'est rien d'autre qu'une combinaison d'ombre et de lumière, qui décrit les créatures d'Allah mais les laisse inchangées.

Eddy 1963 : 258

-
3. Ce qui englobe non seulement l'Occident, mais aussi les musulmans saoudiens non sunnites – en particulier les chiïtes ; voir Madawi Al Rasheed (1998).
 4. Voir Kraidy (2006) ; pour une perspective élargie, voir Al Ghaddhami (2005).

Le roi autorisa l'entrée de la télévision dans le pays en 1960 pour le moderniser et en représailles contre la campagne médiatique de Nasser, hostile aux Al Saoud. Les dignitaires religieux n'eurent plus d'objections envers la télévision une fois qu'ils en retirèrent un rôle politique, en resserrant la censure pour interdire « les scènes provoquant l'excitation sexuelle », « les femmes habillées de manière indécente, dans des scènes de danse ou dans des scènes décrivant ouvertement des actes amoureux », « les femmes apparaissant dans des jeux athlétiques ou des sports », « les boissons alcoolisées ou quoi que ce soit qui évoque l'alcool », « les allusions dénigrant l'une ou l'autre des religions célestes », « la représentation élogieuse, satirique ou méprisante d'autres pays », « les allusions au sionisme », « les éléments destinés à fragiliser la monarchie », « toutes les scènes immorales », « les allusions aux paris ou aux jeux de hasard » et « la violence excessive » (Shobaili 1972, cité par Boyd 1993 : 164).

Ces réglementations de la sphère médiatique se focalisent sur les femmes, et vont de pair avec les questions politiques et religieuses, puisque la séparation des hommes et des femmes est au cœur de l'ordre social en Arabie saoudite. Selon la conception wahhabite du monde, la femme pieuse est porteuse des principes islamiques authentiques et, en tant que telle, est essentielle à l'identité saoudienne. L'espace social saoudien est par conséquent compartimenté afin d'éviter l'*ikhtilat* (le mélange illicite des hommes et des femmes), et les interactions entre hommes et femmes sont gouvernées par une solide frontière séparant l'espace public de l'espace privé⁵. Les films d'importation sont grossièrement censurés avant de passer à la télévision et les cinémas étaient interdits jusqu'à une date récente (bien que la comédie *Menahi* ait démontré que les productions cinématographiques saoudiennes pouvaient être montrées sur le sol saoudien, mais pour un public masculin exclusivement)⁶. En se focalisant sur la protection de la femme idéale de l'islam en tant que porteuse de l'identité nationale, la censure de la télévision traduit l'importance de la séparation des sexes en tant qu'exhibition publique de la piété islamique. La télévision est donc cruciale pour la maison des Al Saoud, qui l'utilisent pour exalter la piété de la

5. Il faut émettre deux réserves ici : tout d'abord, la séparation des sexes existe partout dans le monde, mais elle est plus sévère en Arabie saoudite ; deuxièmement, il s'agit également de préoccupations au sujet de la vie privée, qui sont comparables à celles de l'Occident, bien qu'elles passent à l'arrière-plan des préoccupations sociales et religieuses.

6. Les Saoudiens se rendent massivement au Bahreïn voisin pour voir des films, phénomène relaté dans « Cinema 500 Km », une dramatique documentaire au sujet du voyage de 500 kilomètres que font les Saoudiens pour se rendre au cinéma au Bahreïn. La production cinématographique saoudienne n'en est qu'à ses débuts : le premier film produit en Arabie saoudite, *Keif al Hal* (*Comment ça va ?*) fut tourné à Dubaï et diffusé dans des cinémas arabes non saoudiens en 2006. Projet du prince Al Walid Ben Talal, ce film présentait la première actrice de cinéma saoudienne, Hind Mohammed, dans un rôle de premier plan ; voir « Les Saoudiens deviennent des réfugiés cinématographiques alors qu'ils célèbrent la sortie de leur premier film populaire, *Keif al Hal* », *Al Riyadh*, 12 novembre 2006 (en arabe).

famille royale au moyen de la diffusion de rituels religieux tels que les prières du hadj à La Mecque, ou les cérémonies de transfert du pouvoir royal. «La répétition et la régularité» de ces programmes, explique Al Rasheed, «confirment l'obsession de la société saoudienne pour les aspects ritualistes de l'islam [...] [qui réduisent] une religion mondiale à un ensemble de gestes interdits ou permis à seule fin de démontrer la religiosité du pouvoir» (Al Rasheed 2007: 60). Dans les mains des dirigeants, la télévision devient un outil rituel.

Tempérer la modernité

Sur le plan historique, les médias ont joué un rôle crucial dans l'expérience qu'ont fait les Arabes de la modernité. L'ouvrage classique d'Albert Hourani, *Arabic Thought in the Liberal Age (1798-1939)*, en français *La pensée arabe et l'Occident*, évoque à plusieurs reprises l'importance des journaux en tant que tribunes pour les réformateurs arabes et musulmans du XIX^e siècle qui plaidaient en faveur d'une synthèse créative avec la modernité occidentale (Hourani 1983: 95). Cette tendance s'est prolongée jusqu'au début du XX^e siècle, lorsque les journaux de villes ottomanes comme Alep publiaient de vifs débats sur ce que voulait dire «être moderne» (Watenpaugh 2006). Dans son ouvrage *Fractured Modernity* (en français, *Modernité en panne*), le poète marocain Mohammed Bennis considère la presse arabe comme l'accoucheuse de la modernité, disant qu'elle diffuse «l'alphabet de la lumière» à la population arabe (Bennis 2004: 121). Le critique social et littéraire Abdallah Al Ghaddhami soutient que l'apparition de la colonne des éditorialistes dans les journaux d'Arabie saoudite dans les années 1950 a représenté «la fondation de l'opinion individuelle indépendante» (Al Ghaddhami 2005: 126), émancipation individuelle qui, en permettant les désaccords, est essentielle à la modernité.

Ces luttes sont régies par un processus complexe de transfert culturel dans lequel les Arabes et les musulmans sont confrontés à l'influence occidentale sur leur monde. Timothy Mitchell (2000: 26) a affirmé que la modernité est née de la distinction entre l'Occident et le non Occident. Chaque fois que cette distinction est faite, le moderne risque d'être contaminé par le non moderne. Ainsi que je l'ai démontré de manière exhaustive ailleurs, le débat saoudien au sujet de la téléralité a permis l'élaboration de l'inverse – la présomption que le moderne pollue le non moderne, et de manière plus aiguë là où la téléralité a circonvenu la focalisation du wahhabisme saoudien sur la pureté culturelle et religieuse (Kraidy 2009a: chapitre 4). Dans ce contexte, les prétentions des chaînes de télévision à représenter la «réalité» se heurtent de front aux conceptions locales de l'authenticité, dont les gardiens – en Arabie saoudite, ces derniers sont autant les dignitaires religieux de l'establishment wahhabite que les boutefeux radicaux de la Sahwa Islamiya – ont rejeté les prétentions de *Star Academy* à la réalité en objectant qu'il s'agissait d'une réalité étrangère imposée par un genre de culture visuelle défini sans équivoque comme étranger et pollueur.

En effet, la polémique sur la manière dont on peut adapter la modernité occidentale transforme l'espace public en un champ de bataille de croyances et de valeurs, lesquelles, en Arabie saoudite, se déploient en fonction d'une conception de l'authenticité soutenue par le statu quo politicoreligieux d'un côté, et les notions de la réalité avancées par l'industrie de la télévision commerciale de l'autre. La création de la modernité européenne, écrivait Mitchell, se base sur «la manière dont le moderne est mis en scène en tant que représentation» (Mitchell 2000: 16), ce qu'il explique comme suit :

Soutenir que le moderne est toujours mis en scène comme représentation n'est pas prétendre que la modernité se préoccupe davantage de fabrication d'images que de réalité [...]. La représentation ne signifie pas simplement ici la fabrication d'images ou de sens. Elle renvoie aux formes de pratiques sociales qui définissent, dans l'architecture sociale et l'expérience vécue du monde, ce qui semble être une distinction absolue entre l'image (ou le sens, ou la structure) et la réalité, et donc une imagination distincte du réel. Ce dualisme du réel [...] s'est généralisé [...]. Dans toutes les sphères de la vie sociale, le monde est dorénavant interprété en fonction du dualisme de l'image et de la réalité.

Mitchell 2000: 17⁷

Puisqu'elles provoquent d'âpres conflits au sujet de la représentation, les controverses sur la téléralité mettent en lumière les points de vue opposés de l'expérience arabe envers *al hadatha* – la modernité. Ce que signifie «être moderne» en contexte arabe a été vigoureusement contesté depuis les années 1850, mais le débat a pris une nouvelle tournure, plus aigre, dans les années 1990, avec l'apparition de la télévision commerciale panarabe. Ce choc provoqué par la téléralité a accru les tensions associées à la modernité – la relation entre la religion et l'État, le développement de formes de gouvernance représentatives, la montée du nationalisme et le conflit au sujet des rôles des deux sexes (Cole 1999).

Dans les années 1980 et 1990, l'Arabie saoudite a été le témoin de féroces batailles publiques entre les partisans et les adversaires de la modernité, et de la résurgence de débats qui s'étaient auparavant déroulés de manière assourdie lors des années de formation de l'Arabie saoudite moderne, au milieu des années 1920. Mais cette nouvelle guerre de la modernité a été plus intense, exacerbée par la guerre du Golfe de 1991. La publication de *Al Khati'a wal-Takfir* [*Péché et excommunication*] par Al Ghaddhami a suscité de vives réactions dans les cercles intellectuels du pays, préfigurant le scandale de la téléralité, puisque ce livre :

[...] devint l'objet auquel furent attribués tous les problèmes de la nation et tous les dangers de l'avenir, en gagnant les mosquées, les chaires, les sermons du vendredi, et qu'il est devenu le matériau de base des prêcheurs, des missionnaires, de ceux qui promulguaient les fatwas, des

7. Traduction libre.

cassettes audio, des publications et des affiches ; on a publié des livres et promulgué des fatwas, et [*Péché et excommunication*] est devenu le sujet de conversation de tous les conseils et... de la société saoudienne pendant cinq longues années.

Al Ghaddhami 2005 : 207

Les attaques commencèrent sous la forme d'une cassette audio qui se répandit largement, *Al Hadâtha fî Mizân al Islâm* (*La modernité à l'aune de l'islam*). Al Ghaddhami a développé, à partir de cette expérience, la notion « d'évènement symbolique » (*al hadath al ramzy*), dans laquelle de nouvelles idées menacent l'ordre établi en s'opposant à ce qu'il appelle « le mode conservateur » (*al Nasq al Muhafizh*), engendrant de ce fait de vives polémiques (Al Ghaddhami 2005 : 100)⁸. La bataille fit rage à un point tel que le ministre de l'Information interdit durant un temps l'emploi du mot « modernité » dans les médias.

Pour comprendre l'intensité de ce débat, il faut se souvenir que la propriété des médias panarabes est concentrée dans les mains des Saoudiens, et que le royaume est le plus grand marché médiatique national arabe, avec plus de vingt millions de personnes arabophones relativement aisées⁹. Pour alimenter la polémique, il y a aussi ce que j'ai appelé « la filière libano-saoudienne », celle des Libanais occupant des postes clés dans la publicité, le journalisme et plus ostensiblement dans la production d'émissions grand public, tous financés par des capitaux saoudiens¹⁰. Le « libéralisme tapageur » des émissions de la LBC déclenche régulièrement des polémiques en Arabie saoudite, mais le souci de la rentabilité a retenu les pontes des médias saoudiens d'imposer des programmes conservateurs dans les mêmes créneaux horaires¹¹. Ces facteurs ont encore davantage polarisé les opinions, car ils contrevenaient aux conceptions wahhabites de l'ordre social et de la piété individuelle qui ont depuis longtemps façonné la politique saoudienne vis-à-vis des médias. Au cœur de la controverse se trouvent les rhétoriques concurrentes de ce qui constitue la « réalité », à savoir l'authentique, le véritable et le pur, et de ce qui est simplement « image », c'est-

8. Outre le terme « mode », le mot *Nasq* peut se traduire par « système », « ordre », « disposition » ou « alignement ».

9. Parmi les propriétés saoudiennes figurent deux quotidiens panarabes basés à Londres, *Al Hayat* et *Asharq Al Awsat*, le réseau de télévision MBC, aux multiples chaînes, basé à Dubaï, plusieurs stations de radio et chaînes de télévisions religieuses, outre des participations dans différentes chaînes égyptiennes et libanaises ; voir Marwan et Khalil (2007).

10. À l'exception des dramatiques, qui sont principalement l'apanage des Égyptiens et des Syriens. Pour une présentation détaillée de cette « filière libano-saoudienne », voir Kraidy (2009a : chapitre 3).

11. La diversité des points de vue au sein de l'élite saoudienne a engendré de multiples chaînes diffusant des programmes variés, allant des vidéos musicales « légères » aux sermons religieux puritains (*al Madj*). De ce point de vue, la diversité des programmes des chaînes saoudiennes n'est pas aussi paradoxale que ne le pensent certains, comme par exemple Noha Mellor (2008).

à-dire l'étranger, le faux-semblant et le contaminé. La culture visuelle est donc devenue le lieu incontournable de l'élaboration conflictuelle des discours sur l'authenticité et la réalité.

Réactions des Saoudiens, du rejet pur et simple aux engagements multiples

La polémique entourant la télé réalité reflète l'étendue des discours relatifs aux médias, depuis la *rhétorique du contrôle* jusqu'à la *rhétorique de l'engagement*. Dans cette gamme, les degrés de rejet et d'engagement se chevauchent parfois, bien que la tendance soit clairement à un engagement plus systématique envers l'épistémologie de la télévision. Une polémique avait déjà eu lieu au moment de la diffusion d'*Al Ra'is*, la version arabe de *Big Brother*, produite au Bahreïn par la chaîne de télévision MBC, propriété saoudienne basée à Dubaï, et qui fut interrompue en raison des pressions exercées par l'establishment religieux saoudien¹². Ahmad Mansour, islamiste (des Frères musulmans), présentateur vedette d'un *talk show* d'Al Jazeera, *Bila Hudud*, avait consacré deux émissions à la télé réalité en mars 2004. Dans la première, il avait invité Ramsay Najar, personnalité libanaise du monde de la publicité, qui avait adroitement manœuvré pour déconnecter la télé réalité de la « réalité », puisque c'était cette connexion qui était au cœur des attaques des islamistes contre la télé réalité. Dans la seconde émission, Mansour avait invité Mohammed Al Awadhi, du Comité des médias du monde islamique, affilié à la Ligue islamique mondiale basée à La Mecque. Comme Najar, cet activiste wahhabite niait la prétention de la télé réalité à représenter la réalité. Mais, contrairement à Najar, l'objection d'Al Awadhi n'était pas de nature sémantique, mais plutôt religieuse, comme le reflète cet échange :

Ahmad Mansour : [...] ses partisans [...] prétendent qu'elle [la télé réalité] est l'expression de la réalité humaine, une expression spontanée de sentiments qu'éprouvent la plupart des gens, dépourvus d'artifice, d'imitation, du fait de jouer la comédie et de faire semblant ?

Mohammed Al Awadhi : [...] De quelle réalité est-ce qu'ils parlent ? Vous prenez une certaine réalité, vous créez une ambiance, vous la mettez sous les projecteurs, et vous dites aux gens que ceci est la réalité. C'est une réalité artificielle mais elle est [valorisée] comme une réalité idéale. Mais que présente cette réalité placée sous les projecteurs ? Des moments de faiblesse, d'instinct, de relations prohibées, des situations illégitimes et immorales, tout cela dans une société déjà affligée [de nombreux problèmes].

Lewis 2004b : n.p.

12. Cet épisode est analysé en détail dans Kraidy (2009a : chap. 2).

Il est tentant de voir dans la remise en question par Najjar et Al Awadhi de la «réalité» de la télé réalité la perpétuation de la panique suscitée précédemment par l'impact de la télévision «étrangère». De ce point de vue, ce nouveau genre exacerbe des inquiétudes préexistantes au sujet du pouvoir représentationnel de la télévision, ce qui conforte l'argument du chercheur du domaine des médias, Justin Lewis, à savoir que la télé réalité a ramené à la surface des incohérences qui étaient depuis longtemps implicites dans le fait de regarder la télévision (Lewis 2004a: 290). Bien que cela puisse s'appliquer, dans une certaine mesure, au contexte arabe, la télé réalité a irrité des nerfs déjà à vif dans les pays arabes pour d'autres raisons. Les termes employés par Al Awadhi traduisent les profondes angoisses quant au pouvoir potentiel de la télé réalité à corrompre les bases rituelles de l'ordre politico-religieux saoudien.

Mais tout cela n'était qu'une escarmouche en attendant la bataille. *Star Academy* avait suscité partout de la colère. Un imam de la grande mosquée de La Mecque avait qualifié l'émission «d'arme de destruction massive» (*Middle East Online* 2004). Même le journal relativement libéral *Al Riyadh* avait ouvert ses pages à des éditorialistes invités, sous des titres tels que «*Destruction Academy* est dangereuse pour la famille» (Al Dakhil 2005: n.p.) et «*Star Academy*... l'autre terrorisme», dont l'auteur écrivait que «la pudeur et la morale disparaissent lorsque [...] des jeunes hommes et des jeunes femmes se réunissent, en portant des vêtements qui ne recouvrent pudiquement que très peu de parties de leur corps [...] et cela] jette la confusion sur l'identité et la culture authentiques» (Al Enezi 2005: n.p.).

Au cours de l'hiver 2004, *Star Academy* devint le sujet de conversation dans le pays, et les activistes de la Sahwa commencèrent à vendre dans les rues une cassette audio intitulée *Satan Academy*, pour un riyal l'unité, ou 25 ¢ américains; ils affirmèrent par la suite en avoir vendu un million d'exemplaires (Abbas 2005)¹³. Il s'agissait de l'enregistrement d'un sermon de 36 minutes et 41 secondes de Mohammed Salih Al Mounajid, religieux d'origine syrienne qui anime une émission de radio les samedis après-midi sur Radio Coran et qui est également présent sur Internet. Le sermon *Satan Academy*, dont je parlerai plus loin dans cet article, représente la critique systématique de la télé réalité la plus analytique et la plus conceptuelle d'un point de vue wahhabite – une rhétorique de l'engagement critique dans l'action¹⁴. L'intensité de la polémique reflétait la

13. Il s'agit de l'enregistrement d'un discours du cheikh Mohammed Salih Al Mounajid, qui est un réquisitoire en règle contre *Star Academy*, et dont les arguments se fondent sur la doctrine wahhabite.

14. Un autre religieux avait enregistré une cassette intitulée *SRAS Academy* (allusion au SRAS, syndrome respiratoire aigu sévère), dans laquelle il racontait l'histoire d'une petite fille qui avait perdu son innocence et décidé de devenir une pop star après avoir regardé *Star Academy*; à ce moment, on pouvait entendre le son d'une explosion. Les deux cassettes, *Satan Academy* et *SRAS Academy* avaient reçu l'aval du ministère de l'Information, ce qui indique une approbation officielle.

popularité de cette émission, qui attirait de grands pans du public saoudien, en particulier les jeunes. Comme je l'ai dit plus haut, de nombreux éditorialistes saoudiens, surtout des femmes, ont également mis en exergue les aspects «positifs» de *Star Academy* pour en tirer des arguments à l'appui de la réforme du système saoudien, surtout sur le plan des politiques en faveur de la jeunesse et de la politique sociale (Kraidy 2009a: chap. 4).

Toute cette agitation obligea le Comité permanent pour la recherche scientifique [ou académique] et la promulgation des fatwas – un sous-comité du Conseil suprême des Oulémas, sous l'égide du ministère des Affaires religieuses – à promulguer une fatwa. Celle-ci interdisait de regarder *Star Academy*, d'en discuter, d'y voter ou d'y participer, et exhortait les investisseurs à ne pas financer ce type d'émission. La principale accusation du comité consistait à dire que *Star Academy* contrevenait aux principes islamiques et les pervertissait, parce que cette émission comportait en elle-même «un certain nombre de maux graves» :

Le libre mélange des sexes... l'idée principale [de *Star Academy* et autres émissions de même nature] est de mélanger les sexes et d'ôter toutes les barrières entre eux, autant que l'exhibition lascive et le dévoilement des femmes qui exposent leurs charmes, ce qui mène à encore plus de mal...
La promotion éhontée de l'immoralité... en habituant les [musulmans] à voir ces scènes honteuses qui provoquent le désir et qui les détournent de la vertu et de la morale.

Comité permanent ... 2004: n.p.

À l'instar des règles de la censure saoudienne, cette fatwa se préoccupait avant tout des femmes et de leurs interactions avec les hommes¹⁵. Mais contrairement aux régulations relatives aux médias, qui s'appliquent aux institutions, la fatwa en appelait directement aux croyants pour qu'ils s'opposent activement, en tant qu'individus, à *Star Academy*. Les Oulémas stipulaient :

Il ne vous suffit pas de vous abstenir de regarder ces émissions, vous devriez également aviser ceux que vous connaissez et leur rappeler de ne pas les regarder ni d'y participer en aucune manière, parce que cela relève du précepte de la coopération dans la droiture et la piété, et de celui de s'interdire les uns les autres de s'engager dans la voie du péché et de la transgression.

Comité permanent... 2004: n.p.

L'un des aspects les plus notables de cette fatwa est le lexique visuel auquel elle a recours – «exhibition», «dévoilement», «scènes» – pour mettre en garde contre les dangers de *Star Academy*, ce qui confirme la place centrale

15. Deux versets du Coran édictent le code vestimentaire des femmes pour prévenir la tentation sexuelle des hommes: le verset 31, sourate 24 (La lumière), et le verset 59, sourate 33 (Les coalisés); pour en savoir davantage, voir Dima Dabbous-Sensenig (2006).

de la culture visuelle dans le champ de la controverse entre les gardiens de l'authenticité et les émissions populaires que multiplie une industrie des médias de plus en plus commerciale.

La modernité, pomme de discorde pour les Saoudiens

Le passage à une rhétorique de l'engagement critique est incomplet, ce qui peut se discerner dans la prise de position d'Al Mounajid sur cette question. Il commence par exprimer sa perplexité :

Pourquoi ces émissions ont-elles tant de succès ? Pourquoi les gens s'en préoccupent-ils tant ? Pourquoi les gens sont-ils attirés par ces émissions et pourquoi ces émissions les attirent-elles ? Pourquoi [les gens] passent-ils Dieu sait combien de temps à regarder ces spectacles ?

Al Mounajid 2004 : n.p.

La relation entre LBC et la société saoudienne est à chercher au centre de la connexion libano-saoudienne. Depuis 1996, date à laquelle LBC a été diffusée par satellite, ce sont les téléspectateurs saoudiens qui ont constitué le plus gros de son public et ce sont des investissements saoudiens qui ont soutenu sa croissance¹⁶. Cependant, l'esthétique de LBC est celle des segments les plus libéraux de la classe créative libanaise ; elle se caractérise par une imitation ostensible des styles consuméristes occidentaux, des productions télévisuelles attractives, la décontraction de ses débats et de ses émissions d'information, un langage qui passe aisément de l'arabe au français et parfois à l'anglais, et, ce qui est plus important, des femmes habillées de la manière la plus séduisante. La signature visuelle de LBC est, par essence, celle d'un *libéralisme tapageur*.

Si l'idéal islamique de la femme vertueuse est essentiel à l'identité nationale de l'Arabie saoudite, l'idéal consumériste de la femme « d'allure occidentale » et sans inhibitions est essentiel à l'identité corporative de LBC. Lorsque j'ai demandé à Pierre Al Daher, Directeur général de LBC, de décrire le profil de sa chaîne, il m'a répondu : « Nous sommes une chaîne généraliste d'émissions à grand spectacle sans inhibitions sociales »¹⁷. Le caractère assez peu subtil de ce libéralisme social s'est manifesté depuis la création de la chaîne en 1985, par des spectacles de variétés montrant des modes et des comportements provocants, ainsi que des pauses publicitaires remplies d'annonces suggestives pour de la lingerie ou des cosmétiques. La mise en marché de la féminité est devenue un point central de la marque panarabe LBC à l'ère du satellite. La

16. Outre une opération conjointe de diffusion collective des informations avec le quotidien panarabe *Al Hayat*, propriété du prince Salmane ben Abdelaziz, gouverneur de Riyadh, l'association de LBC avec Al Walid ben Talal a atteint un point culminant en juillet 2008, lorsque ce dernier a augmenté sa prise de participation à 85 %.

17. Entrevue avec Pierre Al Daher, Directeur général, Lebanese Broadcasting Corporation, 30 juin 2004, Adma, Liban.

commercialisation de la forme féminine par LBC est étroitement liée à la création d'émissions qui montrent papillonnage, effronterie et provocation dans des réalisations de qualité, parce que ces éléments sont ceux qui attirent le public, et plus précisément les spectateurs très recherchés des pays du Golfe et de l'Arabie saoudite. Les controverses qui se déclenchent en Arabie saoudite tiennent à l'hyper visibilité des corps féminins sur LBC, qui se heurte de plein fouet à l'invisibilité compulsive du corps féminin dans l'espace public wahhabite¹⁸.

La relation paradoxale entre LBC, qui est l'institution médiatique la plus libérale sur le plan social de tout le monde arabe, et le régime politicoreligieux de l'Arabie saoudite, le plus conservateur sur le plan social, a servi de catalyseur au débat saoudien sur l'authenticité. Diffusée tard dans la nuit, *Star Academy*, qui a commencé en 2003 pour connaître une huitième saison de diffusion en 2011, et qui présente de jeunes Arabes, principalement des musulmans, hommes et femmes, habillés de manière séduisante, en train de danser, de se serrer dans les bras et de chanter ensemble sur scène ou dans leur maison commune, a suscité la controverse parce que cette émission montre un mode de vie qui contrevient totalement à l'interdiction de l'*ikhtilat* chez les Saoudiens. Non seulement les femmes sont-elles habillées de manière impudique, mais encore touchent-elles physiquement les hommes, en chantant et en dansant ; elles expriment également publiquement leur désaccord avec les hommes et se disputent avec eux au cours du spectacle, rivalisent avec eux, et les battent même parfois dans diverses compétitions. Étant, selon l'expression d'un critique saoudien, « Une franche invitation à l'*ikhtilat* » (Al Dawyan 2005), *Star Academy* propose une réalité sociale alternative, où les frontières entre les sexes sont fluides, empreintes de l'agir des femmes (bien qu'artificiel et « commercial »), et donc hostile aux définitions wahhabites de l'ordre social¹⁹. Ainsi que nous l'avons dit plus haut, ce sont les publicités très étudiées de LBC vantant l'aspect « réel » du spectacle de « télé réalité » qui ont suscité les protestations véhémentes des dignitaires religieux, outrés par l'affirmation que « *Star Academy* représente la réalité ».

18. Les producteurs de *Star Academy* ne montrent pas les candidats saoudiens (tous des hommes) en train de danser ou de toucher des candidates ; ils ne les montrent pas non plus dans la piscine qui apparaît dans les dernières saisons de l'émission.

19. En parlant de frontière entre les sexes, je ne parle pas seulement des hommes et des femmes, mais aussi de la réalité construite autant de la féminité que de la masculinité, et de la manière dont la relation entre elles est socialement organisée. Lors d'entrevues avec l'équipe qui réalise *Star Academy*, on m'a dit qu'au cours de la production, tout était fait pour ne pas montrer les candidats (hommes) en train de danser ou de se comporter de manière que l'on pouvait percevoir comme « efféminée » ou « homosexuelle ». Les opposants à *Star Academy* en Arabie saoudite et ailleurs dans les pays du Golfe ont souvent critiqué cette émission parce qu'elle valorise la *muyu'a*, qui signifie « déséquilibre », « caractère efféminé » et « mollesse », du verbe *ma'a*, qui signifie « s'amollir » et « être indulgent », ce qui traduit une inquiétude au sujet de la masculinité. Il est clair que les inquiétudes au sujet des genres sont dues à l'instabilité *autant* de la masculinité que de la féminité.

Si tant est qu'elle prétende représenter la réalité, *Star Academy* reflète un mélange de réalités multiples. C'est un hybride culturel fortement public et qui prête donc à controverse. *Star Academy* brouille les frontières entre le «domestique» et «ce qui vient de l'extérieur», entre ce qui est «arabe» ou «islamique» et ce qui est étranger. Elle viole les diktats wahhabites sur la séparation entre hommes et femmes et la pureté culturelle, appliqués au moyen des comportements ritualistes dans la prière, le vêtement et les relations sociales. *Star Academy*, relevant d'une catégorie culturelle ambiguë, qui brouille les notions d'identité et d'authenticité, menace le cœur même du wahhabisme sur deux plans spécifiques : 1) elle reflète un monde radicalement pluraliste et 2) elle oblige les participants à mettre en œuvre des normes sociales étrangères.

En tant que version arabe d'une émission calquée sur un «modèle» européen, *Star Academy* est un composite de choix culturels multiples. Le comportement des candidats reflète l'extrémité du spectre le plus libéral sur le plan social de la société libanaise (je ne veux pas dire pour autant qu'il existerait quelque chose «d'authentiquement libanais» dans *Star Academy*). Plusieurs candidats parlent un arabe parsemé de français ; ils chantent souvent en français, en anglais, en espagnol, voire en hindi (des chansons de Bollywood). L'anglais est la *lingua franca* de la logistique du spectacle, comme dans les mots «*Star Academy*», «nominé», et la notion même de «star», qui est américaine par excellence. Les «points forts» de l'émission sont des spectacles carnavalesques qui mêlent les comédies musicales libanaises de Rahbani, les chansons *khaliji* (des pays du Golfe), les comédies musicales de Broadway, le french cancan, les numéros de cirque russes, etc. Du point de vue du wahhabisme, cet extrême éclectisme évoque la *jāhiliyya*, le chaos de l'ère préislamique caractérisée par un ordre tribal fragile et des frontières floues entre les genres.

En tant qu'émission à grand succès et culturellement hybride, *Star Academy* expose les tensions entre le dogme officiel de la pureté culturelle et la réalité effective de la fusion culturelle. *Star Academy* incite les spectateurs saoudiens à participer à des rituels – regarder, voter, etc. – qui concrétisent une identité syncrétique, pervertissant la notion de pureté culturelle si essentielle à l'identité saoudienne. Les polémiques qui s'ensuivent mettent en lumière la peur et le rejet du monde extérieur propre au wahhabisme, d'autant plus que l'émission met en œuvre, et par conséquent de l'avant, des normes, des valeurs et des comportements étrangers.

Star Academy sape la notion primordiale d'authenticité de manière encore plus fondamentale du fait des éléments formels propres à ce genre télévisuel. La prétention de représenter la réalité – qui ravive l'énigme moderne de la tension entre la «réalité» et «l'image» – se fonde sur le présupposé que ce que regardent les téléspectateurs est spontané et n'a pas été répété. Les moments clés de la télé réalité se produisent lorsque les caméras captent le «soi véritable» des candidats – c'est précisément lorsque les candidats perdent les caméras de vue que la télé réalité peut réaffirmer sa prétention à la réalité. Tandis que du point de

vue du public, cette caractéristique ne représente que l'un des principaux attraits de la télé réalité parmi d'autres ; en contexte saoudien, ces instants signalent une redéfinition de l'authenticité, de l'observance des diktats wahhabites à une performance individuelle de témoignage.

Les institutions médiatiques tirent une grande partie de leur autorité sociale de leur rôle de témoins. Contrairement aux informations ou aux documentaires, cependant, la télé réalité délègue ostensiblement une partie de ce « pouvoir de témoigner » à ses spectateurs. Al Mounajid avait synthétisé ce phénomène dans son sermon, *Satan Academy* :

Par le passé, les événements étaient en général rapportés... à ceux qui ne les avaient pas vus ou vécus. Au contraire, aujourd'hui [dans les émissions de télé réalité], on est témoin des événements et on y assiste (*mashhuda wa mahdura*)²⁰. Les médias sont passés de « c'est arrivé » à « c'est en train de se passer » (*min hadatha il yahduthu*) [...] Le public et les spectateurs interviennent dans l'ordre des choses, aussi il s'agit d'un processus interactif. [Par le passé] les spectateurs n'intervenaient pas dans les films ou les séries télévisées, sauf en les regardant ; mais aujourd'hui, les émissions [de télé réalité] impliquent la contribution des spectateurs qui désignent les candidats, commentent et envoient des textos ou des courriels qui apparaissent immédiatement sur l'écran de télévision.

Al Mounajid 2004 : n.p.

Les spectateurs qui assistent à *Star Academy* en flux continu, 24 heures sur 24 et sept jours sur sept, sont dans l'attente du moment de l'événement – l'instant d'authenticité – et l'espèrent. Ils sont, en un sens, des témoins à l'envers. Contrairement au fait de témoigner, dont John Peters nous rappelle qu'il est « rétroactif » (Peters 2001 : 722), le rituel consistant à regarder *Star Academy* est *proactif*. Là où les témoins sont tenus de rendre exactement le déroulement d'un événement passé, les spectateurs de la télé réalité sont captivés par la possibilité à venir que l'émission « dérape » de manière imprévisible. Dans le premier cas, le récit a recours à un resserrement des alternatives pour s'approcher le plus possible d'une « vérité » nécessaire, tandis que la seconde situation fait proliférer les alternatives dont « l'authenticité » repose sur la spontanéité, et donc le caractère contingent. Les téléspectateurs attendent que les candidats oublient les caméras et « livrent » leur soi véritable et authentique, moment où naît l'authenticité (bien que certains candidats puissent devenir d'habiles acteurs, aux émotions « spontanées » bien orchestrées). Dans ce cas, être spectateur de la télé réalité est en un sens faire acte de témoignage, témoignage intense, vigilant, intentionnel... mais inversé.

20. *Mahdura* vient du verbe *hadara*, qui signifie « avoir assisté », « avoir regardé », ce qui connote la présence. *Hadar* renvoie aux gens sédentaires ou aux colons (en opposition aux nomades) ; *hadaara* signifie « civilisation ».

La manière dont la télé réalité considère les téléspectateurs comme les témoins de situations fabriquées suscite la controverse parce qu'un témoin peut rendre une version d'un évènement plus légitime que d'autres versions. Les spectateurs de *Star Academy* sont donc complices d'une réalité sociale qui se heurte violemment aux définitions saoudiennes prédominantes de l'authenticité. Regarder en tant que témoin affecte la manière rituelle dont le pouvoir définit la réalité sociale. L'islam ritualiste est la principale préoccupation de l'Arabie saoudite, parce que les Saoudiens, en tant que communauté, participent à des rituels d'adoration ostensibles, aux règles pointilleuses et qui ne tolèrent pas d'écarts. *Star Academy* montre des rituels d'engagements alternatifs dans un spectacle télévisé à grand succès, à une époque où les dignitaires religieux wahhabites, selon la description qu'en fait Al Rasheed, ont transformé « la prière, le jeûne et le pèlerinage... en spectacles régulièrement montrés sur les chaînes satellites et les chaînes locales » (Al Rasheed 1998 : 59). En créant des rituels séduisants qui rivalisent avec ceux décrits ci-dessus, la télé réalité menace la domination wahhabite. Ainsi que l'a formulé Al Mounajid :

L'emploi des images dans l'apprentissage et le prosélytisme est plus efficace que le face-à-face. Si l'on dit à quelqu'un : « Sois corrompu ! Sois corrompu ! Sois corrompu ! Laisse-toi corrompre ! Laisse-toi corrompre ! Laisse-toi corrompre ! Note ce numéro ! Note ce numéro ! Note ce numéro ! Appelle ! Appelle ! Appelle ! » Tout cela aura un effet. Mais lorsqu'une personne voit les images de ses propres yeux et qu'il se produit une interactivité, l'effet sur elle sera plus grand.

Al Mounajid 2004 : n.p.

D'après Al Mounajid, tout cela est *tazyeen*, ce qui signifie « embellissement », « décoration », « ornementation », mais connote aussi la manipulation, comme dans « factice », « faux-semblant » ou « camelote ». Selon lui, la télé réalité revient à « embellir le diable pour qu'il paraisse bon aux yeux des gens » (*tazyeen lil-munkar li-yabdu bi-a'yan al nas hasan*), ce qui a d'évidentes implications dans la dichotomie proprement moderne entre la réalité et l'image.

La culture médiatique comme lieu du conflit

En se basant sur la polémique qui a entouré la télé réalité en Arabie saoudite, cet article a exploré les représentations médiatiques en tant que lieux de dissension en contexte national musulman moderne. Les discours contradictoires, qui se recoupent cependant, au sujet de la télévision et de son impact social en Arabie saoudite illustrent les différentes manières par lesquelles divers acteurs locaux s'engagent, négocient et résistent aux genres de la culture visuelle qui paraissent menacer le statu quo ambiant. Dans ce cas, *Star Academy* a miné les principes qui se trouvent au cœur de la gouvernance wahhabite en évoquant une réalité alternative qui s'est avérée avoir beaucoup de succès auprès des spectateurs saoudiens, et qui a menacé les piliers du wahhabisme tels que l'interdiction de l'*ikhtilat* et la conservation de la culture saoudienne à l'abri de la contamination

que représente l'influence étrangère. En créant un environnement débridé de mélange des sexes et de mélange culturel, *Star Academy* a directement porté affront aux fondements de l'authenticité saoudienne. Lorsque les spectateurs sont incités à devenir des fans, à se mobiliser et à voter et qu'ils sont ce faisant, selon les adversaires de l'émission, détournés de la prière, du jeûne et du pèlerinage, alors la culture visuelle contribue à fluidifier la réalité sociale, ce qui en fait donc le *terrain de la discorde*.

En faisant entrer dans le débat public des « images » qui se heurtent violemment à la « réalité », la culture visuelle devient un espace important où divers éléments de la modernité, dont beaucoup émanent d'un « Occident » confusément défini, sont adaptés de manière sélective aux contextes musulmans modernes. La critique engagée d'Al Mounajid au sujet des caractéristiques formelles de la télé réalité – qui discute et rejette sa prétention à représenter la réalité – indique la compréhension des nouvelles formes d'agir que permettent les formes participatives de la culture visuelle enracinée dans l'engagement ritualisé du spectateur, dans un environnement qui étouffe la participation à la vie publique – parce que le statu quo actuel préserve son hégémonie précisément grâce à des rituels médiatiques de grande diffusion dans lesquels le visuel joue un rôle essentiel. Il est clair que « la critique engagée » ne signifie pas l'acceptation de genres télévisuels auxquels s'opposent les islamistes. Cela indique plutôt que les islamistes sont contraints de comprendre et d'interpréter la télévision d'une manière de plus en plus sophistiquée et systématique, et que les discours islamistes saoudiens au sujet de la culture visuelle sont variés et qu'ils évoluent.

Les nouveaux types d'agir politique et social que facilitent les nouvelles technologies de l'information dans des contextes politiques fortement polarisés ont ressurgi au moment du Printemps arabe. Bien que, sans aucun doute, le rôle de Facebook et de Twitter dans ces soulèvements ait été grandement exagéré, et qu'un discours techno-utopiste continue d'attribuer, quoique non intentionnellement, davantage d'agir social aux technologies qu'aux gens, nous pouvons du moins reconnaître que dans certains cas, notamment en Tunisie, des activistes ont efficacement utilisé ces moyens pour créer de la solidarité, partager des histoires, rassembler des informations et affronter les régimes. Comme dans les controverses au sujet de la télé réalité, nous constatons que les rituels utilisés à des fins sociales sur des sites tels que Facebook peuvent être aisément réorientés à des fins politiques.

Mais le cas saoudien démontre également les limites des médias en général, et des médias sociaux en particulier, pour ce qui est de fomentier la protestation politique. Ce fait se constate clairement sur le plan interne en Arabie saoudite, et sur le plan externe, lorsque l'on considère l'influence transnationale du pays dans le courant de l'année dernière. Sur le plan interne, il est dorénavant connu que la campagne massive sur Facebook au printemps 2011 pour rassembler des manifestants dans les rues des villes saoudiennes, malgré une participation intensive en ligne, n'a fait sortir *qu'une seule* personne dans la rue, un homme qui

fut arrêté sans ménagements et qui est toujours en prison au moment où j'écris. À l'exception de manifestations occasionnelles dans la ville majoritairement chiite de Qatif, les autorités saoudiennes ont jusqu'ici réussi à réprimer toute contestation sociale et politique. Pour présenter ces activités hostiles au régime, les Saoudiens ont utilisé toutes leurs ressources médiatiques – depuis la chaîne de télévision Al Arabiya, le journal *Asharq Al Awsat*, jusqu'à divers sites Internet pro-saoudiens – pour associer les manifestants de Qatif à l'Iran, et donc enlever toute légitimité à leurs aspirations sociales et politiques en faisant de leurs actions une conspiration étrangère contre l'Arabie saoudite. L'atmosphère de tensions sectaires entre les sunnites et les chiites, que les médias saoudiens eux-mêmes ont fomentée depuis au moins le milieu de la décennie 2000, permet au régime saoudien de décrire les activités indigènes comme des ingérences étrangères. Cette atmosphère de sectarisme a également facilité la politique étrangère de l'Arabie saoudite et son intervention dans la région, notamment au Bahreïn, où les troupes saoudiennes (et quelques-unes des Émirats) sont stationnées depuis le début de l'année 2011, soutenant la famille régnante (sunnite) contre la population (majoritairement chiite), sous le prétexte de combattre une intervention étrangère (comprendre iranienne). Ici, les luttes représentationnelles se sont heurtées à la dure réalité du pouvoir matériel : tous les sites Internet du Bahreïn, intelligents, influents, et leur scène médiatique vivante et indépendante ne peuvent lutter contre les pouvoirs militaire, financier et médiatique des Saoudiens, pouvoirs dont la combinaison a permis de tenir l'histoire du Bahreïn loin des premières pages des journaux et des bulletins d'informations télévisés. Dans la même veine, des formations politiques séculières ont été largement écrasées et surpassées sur le plan de l'organisation par leurs concurrentes religieuses lors des élections en Tunisie et en Égypte, où les forces financées par l'Arabie saoudite (et le Qatar) ont indiscutablement remporté les élections, alors que leurs opposants libéraux ou séculiers avaient des blogues bien plus articulés, des pages Facebook plus soignées et des Tweets plus percutants.

Article inédit en français, traduit de l'anglais par Anne-Hélène Kerbiriou

Références

- ABBAS F., 2005, « Satan's Academy », *Asharq al Awsat*, 8 juin [en arabe].
- AL DAKHIL M., 2005, « Destructive Academy is Harmful to the Family », *Al Riyadh*, 27 février [en arabe].
- AL DAWYAN W., 2005, « Star Academy : A Sincere Invitation to Ikhtilat », *Al Riyadh*, 22 mars [en arabe].
- AL 'ENEZI H.A., 2005, « Star Academy... The Other Terrorism », *Al Riyadh*, 19 mars [en arabe].
- AL GHADDHAMI A.M., 2005, *The Tale of Modernity in the Kingdom of Saudi Arabia* [en arabe]. Beirut, Casablanca, Arab Cultural Center.
- AL MUNAJJID M.S., 2004, « Satan Academy [akademiyat Al Shaytan wAl Superstar] », 19 mars, consulté sur Internet (http://www.islamway.com/?iw_s=Lesson&iw_a=view&lesson_id=28385), le 24 janvier 2012.

- AL RASHEED M., 1998, «The Shi'a of Saudi Arabia: A Minority in Search of Cultural Authenticity», *British Journal of Middle Eastern Studies*, 25, 1: 121-138.
- , 2007, *Contesting the Saudi State: Islamic Voices from the New Generation*. Cambridge, Cambridge University Press.
- AL RIYADH, 2006, «Saudis Become Refugees Cinematically as They Celebrate *Keif al Hal* as the First Popular Release Movie», 12 novembre [en arabe].
- BENNIS M., 2004, *Fractured Modernity*. Casablanca, Toubqal Press [en arabe].
- BOYD D.A., 1993, *Broadcasting in the Arab World: A Survey of the Electronic Media in the Middle East*. Ames, Iowa State University Press.
- COLE J., 1999, *Modernity at the Millenium: The Genesis of the Baha'i Faith in the Nineteenth Century Middle East*. New York, Columbia University Press.
- DABBOUS-SENSENI D., 2006, «To Veil or Not to Veil: Gender and Religion on Al Jazeera's Islamic Law and Life», *Westminster Papers in Communication and Culture*, 3, 2: 60-85.
- EDDY W., 1963, «King Ibn Sa'ud: Our Faith and Your Iron», *Middle East Journal*, 17, 3: 257-263.
- FAWWAZ A., 2008, «Saudi Cinema Gambles on the Future», *Al Akhbar*, 25 août [en arabe].
- HOURLANI A., 1983, *Arabic Thought in the Liberal Age, 1789-1939*. Cambridge, Cambridge University Press.
- KRAIDY M.M., 2006, «Governance and Hypermedia in Saudi Arabia», *First Monday*, septembre, consulté sur Internet (<http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/article/view/1610/1525>), le 24 janvier 2012.
- , 2009a, *Reality Television and Arab Politics: Contention in Public Life*. Cambridge, New York, Cambridge University Press.
- , 2009b, «Reality Television, Gender, Authenticity in Saudi Arabia», *Journal of Communication*, 59: 345-366.
- KRAIDY M.M. et J.F. KHALIL, 2007, «The Middle East: Transnational Arab Television»: 79-98, in L. Artz et Y. Kamalipour (dir.), *The Media Globe: Trends in International Mass Media*. Lanham, Rowman & Littlefield.
- , 2009, *Arab Television Industries*. Londres, New York, British Film Institute, Palgrave Macmillan.
- LEWIS J., 2004a, «The Meaning of Real Life»: 288-302, in S. Murray et L. Ouellette (dir.), *Reality TV: Remaking Television Culture*. New York, New York University Press.
- , 2004b, «Mimicking Western Programs and Imposing Them on Arabs. Episode 2: *Bila Hudud* (invité: Ahmad Mansour)». Doha, Al Jazeera, 10 mars [en arabe].
- MELLOR N., 2008, «Bedouinisation or Liberalisation of Culture? The Paradox in the Saudi Monopoly of the Arab Media»: 353-374, in M. Al Rasheed (dir.), *Kingdom without Borders: Saudi Arabia's Political, Religious and Media Frontiers*. New York, Columbia University Press.

MIDDLE EAST ONLINE, 2004, « Star Academy “Weapon of Mass Destruction” », *Middle East Online*, 3 avril, consulté sur Internet (<http://www.middle-east-online.com/english/?id=9498=9498&format>), le 24 janvier 2012.

MITCHELL T. (dir.), 2000, *Questions of Modernity*. Minneapolis, University of Minnesota Press.

PETERS J.D., 2001, « Witnessing », *Media, Culture and Society*, 23, 6 : 703-723.

STANDING COMMITTEE FOR SCIENTIFIC RESEARCH AND THE ISSUING OF FATWAS, 2004, « Fatwa on *Star Academy* ». Riyadh, Standing Committee for Scientific Research and the Issuing of Fatwas [en arabe].

VATTIMO G., 1992, *The Transparent Society*. Baltimore, The Johns Hopkins University Press.

WATENPAUGH K.D., 2006, *Being Modern in the Middle East: Revolution, Nationalism, Colonialism, and the Arab Middle Class*. Princeton, Princeton University Press.

RÉSUMÉ – ABSTRACT – RESUMEN

Les médias en Arabie saoudite

Luttes politiques et controverses sociales, de Star Academy au Printemps arabe

Nulle part dans le monde arabe les inquiétudes au sujet du changement social et culturel n'ont été aussi passionnément discutées qu'en Arabie saoudite, où la doctrine salafiste du wahhabisme est au cœur du système, en tant que conception sacro sainte de l'authenticité enracinée dans la pureté culturelle et religieuse et la séparation entre hommes et femmes. L'avènement de la « télé réalité » au milieu des années 2000 a réactivé ces débats dans le royaume. *Star Academy*, notamment, populaire émission de télé réalité en langue arabe, diffusée par satellite depuis le Liban par la Lebanese Broadcasting Corporation (LBC) depuis décembre 2003, a connu des taux d'audience record et a suscité une intense controverse en Arabie saoudite, vidant les rues des villes et animant les sermons dans les mosquées, les éditoriaux et les débats télévisés. J'ai décrit ailleurs comment cette émission était devenue le champ de bataille entre les radicaux, les conservateurs et les libéraux saoudiens. Cet article décrit les discours, qui se recoupent, des islamistes saoudiens au sujet de la télévision, en mentionnant les diverses rhétoriques de censure et de critique engagée. Il se base pour ce faire sur plusieurs textes primaires, et notamment un sermon qui a connu une grande diffusion, *Satan Academy*, du cheikh Mohammed Salih Al Mounajid. La manière dont les controverses publiques au sujet de la télé réalité ont cristallisé de nouveaux développements de très anciens débats est donc examinée.

Mots clés : Kraidy, Arabie saoudite, modernité, authenticité, islam, télé réalité

Media in Saudi Arabia

Political Struggle and Social Controversy from Star Academy to the Arab Uprisings

Nowhere in the Arab world have anxieties about social and cultural change been as intensely discussed as in Saudi Arabia, where the Salafi doctrine of Wahhabiyya at the heart of the Saudi system as a sacrosanct vision of authenticity grounded in cultural and religious purity and gender separation. The advent of « reality television » in the mid-2000s has activated these debates in the kingdom. Notably *Star Academy*, a popular Arabic-language reality show

broadcast by the Lebanese Broadcasting Corporation (LBC) via satellite from Lebanon since December 2003 achieved record Saudi ratings and provoked an intense controversy in Saudi Arabia, emptying city streets and animating mosque sermons, opinion pages, and talk-shows. Elsewhere I have mapped how the show became the locus of a battle between Saudi radicals, conservatives and liberals. This article traces overlapping Saudi-Islamist discourses about television, including various rhetorics of censorship and critical engagement, drawing on a variety of primary texts, most centrally a widely circulated sermon titled *Satan Academy* by Shaykh Muhammad Saleh Al Munajjid. I focus on how public controversies about reality television has crystallized new episodes of long-standing debates.

Keywords: Kraidy, Saudi Arabia, Modernity, Authenticity, Islam, Reality TV

Los medios de comunicación en Arabia saudita

Luchas políticas y controversias sociales, de Star Academy a la Primavera árabe

En ninguna parte del mundo árabe las inquietudes sobre el cambio social y cultural han sido tan apasionadamente discutidas como en Arabia saudita, en donde la doctrina salafista del wahhanabismo constituye el punto neurálgico del sistema en tanto que concepción sacrosanta de la autenticidad enraizada en la pureza cultural y religiosa y en la separación de los sexos. La irrupción de la «tele-realidad» a mediados de los años 2000 reactivó dichos debates en el reino. *Star Academy*, particularmente, emisión popular de tele-realidad en lengua árabe, difundida vía satélite desde Líbano por la Lebanese Broadcasting Corporation (LBC) a partir de diciembre 2003, registró tasas de audiencia records y suscitó una intensa controversia en Arabia dejando las calles desiertas y animando los sermones en las mezquitas, los editoriales y los debates televisados. En otra parte escribí cómo dicha emisión se convirtió en el campo de batalla entre radicales, conservadores y liberales sauditas. Éste artículo describe los discursos, que se entrecruzan, de los islamistas sauditas sobre la televisión, incluyendo diversas retóricas de censura y de crítica comprometida, basándome en varios textos primarios, particularmente en el sermón que tuvo gran difusión, *Satan Academy*, del cheikh Mohammed Salih Al Mounajjid. Examino la manera en que las controversias públicas sobre la tele-realidad cristalizaron nuevos desarrollos de debates muy antiguos.

Palabras clave: Kraidy, Arabia saudita, modernidad, autenticidad, islam, tele-realidad

Marwan M. Kraidy
 Annenberg School for Communication
 University of Pennsylvania
 3620 Walnut Street, Suite 200
 Philadelphia, PA 19104
 États-Unis
 mkraidy@asc.upenn.edu